

UUDISTETUN MYYMÄLÄN AVAJAISTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Hämeenlinnan korkeakoulukeskus, liiketalous

kevät, 2020

Anu Reiman

Liiketalous
Visamäki

Tekijä	Anu Reiman	Vuosi 2020
Työn nimi	Uudistetun myymälän avajaistapahtuman järjestäminen	
Työn ohjaaja/t	Sari Hanka	

TIIVISTELMÄ

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö käsittelee tapahtuman järjestämistä. Työn tavoitteena on järjestää onnistunut ja tavoitteet saavuttava uudistetun myymälän avajaistapahtuma työn toimeksiantajalle Prisma Ideaparkille.

Opinnäytetyön tekeminen alkoi lokakuussa 2019 toimeksiantajan tarpeesta järjestää tapahtuma ja opinnäytetyön tekijän kiinnostuksesta olla mukana järjestämässä tapahtumaa, tehden samalla opinnäytetyö aiheesta. Työn tuloksena syntyi onnistuneesti järjestetty tapahtuma ja muistilista tapahtuman järjestämisestä. Opinnäytetyö valmistui huhtikuussa 2020.

Tapahtuma järjestettiin myymälässä 14.-17.11.2019. Tapahtuman tavoitteena oli kertoa asiakkaille myymälässä tehdyn remontin valmistumisesta, esitellä uuden konseptin mukaista Prismaa ja saada tätä kautta asiakkaat asioimaan juuri tässä kaupassa.

Työn toiminnallisessa osuudessa kuvataan tapahtuman toteuttamisprosessi. Työn teoreettisessa osuudessa käsitellään tapahtuman järjestämistä ja projektinhallintaa. Projektinhallinnan aiheessa perehdyttiin yleisesti projektinhallintaan liittyviin asioihin ja projektiorganisaatioon. Opinnäytetyössä kehittämiskysymyksenä pohdittiin, kuinka tapahtuma järjestetään ja mitä kaikkea tapahtuma projekti pitää sisällään.

Työn johtopäätöksissä pohditaan tapahtuman onnistumista ja asioita, jotka seuraavissa tapahtumissa voisi tehdä toisin.

Avainsanat Tapahtuma, järjestäminen, projekti

Sivut 23 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Business Administration
Visamäki

Author	Anu Reiman	Year 2020
Subject	Organizing a renewed store launch event	
Supervisors	Sari Hanka	

ABSTRACT

This functional thesis deals with the organization of an event. The thesis aims at organizing a successful event for a renovated store opening event for Prisma Ideapark.

The thesis work began in October 2019 with the need for the client to arrange the event and the thesis author's interest in organizing the event. While doing my thesis on the subject. The result of this work was a successful event and a checklist for organizing the event. The thesis was completed in April 2020.

The event was held in the store 14.-17.11.2019. The aim of the event was to inform customers of the completion of the renovation in the store and introduce a new concept based Prisma and encourage through this, customers use this store.

The functional part of the work describes the process of implementing the event. The focus in the theoretical part of this thesis was the organization of the event and project management. The topic of project management was widely introduced project management issues and the project organization. The project management topic in general project management issues and the project organisation.

This thesis examined how the event is organised and what the event project included.

Work conclusions are discussed about the success of the event and things that the following events could be done differently.

Keywords Event, organization, project

Pages 23 pages including appendices 1 page

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	PROJEKTIN HALLINTA	2
2.1	Projektin hallinnan lähtökohdat	2
2.2	Projektinhallinnan menetelmät	3
2.3	Projektiorganisaatio	4
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	6
3.1	Tapahtuman suunnittelu	6
3.2	Tapahtuman tavoite	7
3.3	Tapahtuman kohderyhmä	8
3.4	Tapahtuman toteutus	8
3.5	Tapahtuman jälkitoimenpiteet	10
4	PRISMA IDEAPARKIN AVAJAISTAPAHTUMA	11
4.1	Tapahtuman tavoite	11
4.2	Tapahtuman suunnitteluvaihe	11
4.3	Kohderyhmän valinta	12
4.4	Tapahtuman henkilökunta	13
4.5	Tapahtuman mainonta	13
4.6	Opinnäytetyöntekijän tehtävät toteutusvaiheessa	14
4.6.1	Tapahtuman sisältö	15
4.6.2	Tarjoukset	16
4.6.3	Sosiaalinen media tapahtumassa	17
4.7	Tapahtuman jälkitoimenpiteet	17
5	TAPAHTUMAN TOTEUTUKSEN ARVIOINTI	18
5.1	Avajaistapahtuman onnistuminen	18
5.2	Tapahtumajärjestäjän muistilista	19
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	20
	LÄHTEET	22

Liitteet

Liite 1 Tapahtumajärjestäjän muistilista

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee tapahtuman järjestämistä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on järjestää uudistetun myymälän avajaistapahtuma Prisma Ideaparkille. Työssä perehdytään tapahtuman järjestämisen eri vaiheisiin. Työssä kuvataan Prisma Ideaparkin uudistuneen myymälän avajaistapahtuman suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkitoimenpiteet.

Prisma Ideapark sijaitsee Lempäälässä, Ideaparkin liikekaupungissa. Prisma Ideapark on yksi Pirkanmaan Osuuskaupan toimipaikoista. Pirkanmaan Osuuskaupalla on yhteensä 111 toimipaikkaa (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2018, s.36).

Ideaparkin Prismassa asioi paljon lapsiperheitä, lähiseudun asukkaita, kauppakeskuksen asiakkaita ja henkilökuntaa. Ideaparkin Prisma remontoitiin uuden konseptin mukaiseksi syksyllä 2019. Remontissa Prisma sai kokonaisuudessaan uudenlaisen ilmeen. Remontissa Prisma Ideaparkin valikoimaan saatiin paljon uusia tuotteita, kaikkea kattavasti.

Työn toteutusmuoto on toiminnallinen opinnäytetyö. Työn tutkimuskysymys on kuinka järjestää tavoitteiden mukainen onnistunut avajaistapahtuma. Tutkimusmenetelmänä on perehtyä tapahtuman järjestämiseen, olla osana tapahtumatiimiä ja analysoida tapahtuman onnistumista. Lisäksi työssä luodaan tapahtumajärjestäjän muistilista.

Tämän opinnäytetyön tekeminen alkoi toimeksiantajan tarpeesta järjestää avajaistapahtuma ja tapahtumalle tarvittiin tapahtumakoordinaattori. Työssä kuvataan tapahtuman sisältö ja tehtyjä asioita opinnäytetyöntekijän näkökulmasta. Työssä kuvataan tapahtumakokonaisuutta, jonka on luonut isompi tiimi.

Opinnäytetyön suunnittelu vaiheessa perehdytään yleisesti tapahtuma markkinointiin, projektinhallintaan, tapahtuman järjestämiseen ja opinnäytetyön tekemiseen hankkimalla tietoa eri lähteistä. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa suunniteltiin tapahtuman ohjelma, hankittiin henkilökunta ja koottiin tapahtuman kokonaisuus. Työssä kuvataan, minkälaista mainontaa tapahtumalle tehtiin, mutta ei käsitellä sen enempää tapahtuman markkinointia.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus on avajaistapahtuma 14.-17.11.2019. Tapahtuma päiviä oli yhteensä neljä. Työssä luodaan ja testataan tapahtumajärjestäjän muistilista avajaistapahtuman pohjalta. Muistilista luodaan helpottamaan tapahtuman järjestämistä jatkossa. Työn lopussa pohditaan tapahtuman onnistumista ja käydään läpi johtopäätökset työstä.

2 PROJEKTIN HALLINTA

Projektiksi kutsutaan mitä tahansa ponnistusta, jolla on selkeä tavoite. Kun tavoitteen saavuttaminen vaatii paljon suunnittelua ja työtä puhutaan projektista. Suunnitelmallinen ja tavoitteellinen työskentely tarvitsee projektin hallintaa, kun taas yksittäisen työn voi vaan tehdä. Projektinhallinnasta puhuessa voidaan ajatella projektit jollakin tapaa mystisiksi ja jopa tylsiksi. Projektit eivät kuitenkaan ole mystisiä. Vaan jokainen tekee jonkinlaisia projekteja ja projektin hallintaa tarvitaan näissä. (Pulkkanen, n.d.)

Projektien tekemiseen on monia eri tapoja. Projektin tekeminen voidaan jakaa osiin tai projektissa voidaan aloittaa kaikki työskentely heti. Nykyään käytössä on monesti erilaiset digitaaliset työkalut. Nämä kuitenkin antavat vain apuja ja projektipäällikön tehtäviin kuuluu harkita asioita. Projektissa päästään liikkeelle, kun on selkeä tavoite, joka halutaan saavuttaa ja sen tekemiseen vaaditaan työtä. Projektin toteuttamiseen kuuluu monia eri vaiheita esimerkiksi suunnittelua, tiimin hankintaa, ajanhallintaa ja johtamista. Tavoite halutaan saavuttaa suunnitelmien mukaisesti ja halutulla aikataululla, laadulla ja kustannuksilla. (Pulkkanen, n.d.)

2.1 Projektin hallinnan lähtökohdat

Projekti työskentelytapa sopii hyvin erilaisiin kehittämishaasteisiin. Haasteisiin, joissa projektiin sisältyvät tehtävät ovat sellaisia mitä ei organisaation perusarjessa yleensä tehdä. Projekti käsite voidaan määritellä eri tavoin. Joskus liiankin väljästi. Projektia kuvaa hyvin, kun samanlaista kokonaisuutta ei ole aiemmin toteutettu. Projektille tunnusomaista on, että projektilla on tavoite, rajalliset resurssit ja ajoitetut aktiviteetit, jotka edistävät tavoitteita ja projektin lopputuloksen saavuttaminen sisältää riskin tai riskejä. Tietty tehtävä voidaan organisoida projektiksi, jolloin saavutetaan monenlaisia etuja. Näitä etuja on mm. toiminnan ohjattavuuden ja mitattavuuden parantaminen. Projekteissa asioiden priorisointi on helpompaa, koska projektit ovat tulos suuntautuneita sekä projektiorganisaatiolla on yhteisiä tavoitteita. Tämän ansiosta tavoitteita tukeva päätöksenteko on helpompaa. Koko projektin ajan perustehtävä ja tarve pysyvät selkeinä. Projektin hallinnalla voidaan mm. alentaa toiminnan kustannuksia, parantaa kannattavuutta ja varmistaa laatu. (Mäntyneva, 2016, s. 9-11)

Pulkkanen (n.d.) listaa seitsemän toimintatapaa, joita tarvitaan ennen projektitehtävän aloittamista. Ensimmäisenä avaintietojen oikeellisuus, eli tarkasti määritelty projektin sisältö, joka on jokaisen tiedossa. Toisena on tavoitteiden asettaminen heti alussa ja niiden pitäminen realistisena. Kolmantena on asiakkaisiin tutustuminen. Neljäntenä on mitattavien ja raportoitavien onnistumiskriteerien luominen. Viides toimintatapa on virstanpylväiden määrittely mahdollisimman pian. Kuudentena on hyvä huomioida, että projektikokonaisuuden kannalta ei ole aina kannattavaa, että työ etenee kaikkien sääntöjen mukaisesti. Vaan tärkeämpää on, että hommat

eivät seiso paikallaan. Seitsemäntenä on hyvä pitää huoli projektin laajuudesta, ettei projekti laajene liikaa.

2.2 Projektinhallinnan menetelmät

Projektinhallinnassa on kaksi perusajatusta. Perinteinen projektinhallinta eli niin kutsuttu vesiputousmalli. Perinteinen projektinhallinta tarkoittaa sitä, että projektiin kuuluvat tehtävävaiheet suoritetaan loppuun ennen uusien vaiheiden aloittamista. Eteneminen on lineaarista. Perinteisessä projektinhallinnassa standardina on kuusivaiheinen rakenne. Aloitus projektin alustamisesta, edeten projektisuunnitteluun ja designiin. Jonka jälkeen toteutus ja testaus. Ja viimeisenä projektin julkaisu valmiiksi. Mutta kuitenkin perinteistä projektinhallintaa voi olla myös itse rakennettu systeemi, jossa projekti jaetaan peräkkäin toteutettaviin vaiheisiin. Erilaiset projektit vaativat erilaisia vaiheita ja erilaisissa projekteissa korostuu erilaiset vaiheet. (Pulkkanen, n.d.)

Erilaisia variaatioita ja sovelluksia vesiputousmallista on kuitenkin paljon. Perinteisen projektinhallinnan vahvuuksia on ymmärrettävyys ja vahva panostus suunnitteluun alussa. Heikkoutena perinteisessä projektin hallinnassa on muutokset, koska esisuunnittelu tulisi määrittää mahdollisimman tarkasti jo ennen työn aloittamista. Eli tämä tyyli sopii parhaiten silloin, kun asioita ei tarvitse tai voi muuttaa kesken projektin. (Pulkkanen, n.d.)

Toinen perusajatus on agile. Agile projektinhallinnassa työ jaetaan pieniin toistuviin osiin ja toteutetaan sovittujen vaiheiden kautta. Agile projektinhallinnassa työ tehdään pienemmissä osissa ja toistetaan työmallia. Tähän sisälle kuuluu jatkuvan palautteen ja projektin suunnan tarkastelu. Tämä tyyli ei kuitenkaan ole tarkasti määritelty projektinhallintasysteemi. Tämä tyyli on ennemminkin hyvä ohjenuora ketterään projektin hallintaan. Agilen vahvuuksia on joustavuus. Tätä tapaa käyttäessä on hyvä löytää oma tapa soveltamiseen ja sen noudattamiseen. Heikkoutena agilessä on se, että helposti ajautuu toteutuksesta muualle. Tämä siksi, koska toteutustilille jää enemmän vapautta ja mahdollisuuksia muutoksiin. Tästä on syntynyt monia erilaisia projektinhallintasysteemejä. (Pulkkanen, n.d.)

Näiden lisäksi on muitakin menetelmiä kuten, kriittisen polun menetelmä (CPM) ja kriittisen ketjun projektinhallinta (CCPM). Kriittisen polun menetelmässä kartoitetaan aluksi projektin valmistumiseen vaadittavat tapahtumat. Tämän jälkeen nämä tapahtumat voidaan jakaa projektin varrelle samalla kartoittaen, mitkä voidaan suorittaa samanaikaisesti ja mitä ei. Tässä menetelmässä pystytään hyvin aikatauluttamaan ja priorisoimaan tehtäviä. Samaan tapaan, kuin vesiputousmallissa tässäkin metodissa tarvitaan paljon osaamista ongelman ja tavoitteen määrittelyssä ja aikatauluttamisessa, jonka takia tämä tapa ei ole niin joustava kuin ketterät menetelmät. (Tolonen, 2019)

Kriittisen ketjun projektinhallinta (CCPM) on uudempi projektinhallintatapa. Tämä malli on kehitetty kriittisen polun vaihtoehdoksi. Aikatauluttamisen, resurssoinnin ja kustannuksiin liittyvät ongelmat on pyritty ratkaisemaan tällä menetelmällä. Tässä metodissa huomioidaan myös ne asiat, jotka eivät kuulu projektiverkostoon, mutta joiden panos vaaditaan. Tässä metodissa ei välttämättä tavoitella täydellistä lopputulosta vaan tyydytään tarpeeksi hyvään. Tämä siksi, koska täydellisen ratkaisun analysointi voi olla mahdotonta ja kallista. Tämä metodi antaa pelivaraa matkan varrella tapahtuviin muutoksiin. Tämä menetelmä keskittyy siis enemmän resurssihaasteisiin, eli tämän menetelmän edut ovat resurssien ja aikataulun hallinta. Menetelmä toimii parhaiten yhden projektin ympäristöön. (Tolonen, 2019)

2.3 Projektioorganisaatio

Projektin toteuttaa projektioorganisaatio. Projektioorganisaatiossa on erilaisia toimenkuvia. Erilaisia toimenkuvia projektissa on projektin asettaja, joka päättää projektin aloittamisesta ja määrää ohjausryhmän projektille. Ohjausryhmä, joka toimii projektipäällikön tukena projektin aikana. Projektipäällikkö, joka luo projektisuunnitelman, käynnistää, ohjaa sekä päättää projektin ja tekee projektista loppuraportin. Projektsihteeri on mukana budjetin tekemisessä ja seuraa kustannuksia projektin aikana. Sekä huolehtii aikatauluista, kokousjärjestelyistä ja kokoaa kokouksissa muistiota. Projektiryhmän jäsen hoitaa määritellyt tehtävät projektissa raportoiden edistymisestä projektipäällikölle. Projektioorganisaation koko muuttuu projektin aikana, ja on yleensä laajemmillaan toteutusvaiheessa. (Mäntyneva, 2016, s. 19-22)

Projektipäällikkö toimii yleensä projektiryhmän vetäjänä ohjausryhmän ja projektin asettajan luoman projektisuunnitelman mukaisesti. Projektipäällikön tehtäviin projektin aikana kuuluu organisointi, etenemisen seuranta, raportointi, ongelmien ratkaisu, viestintä, muutoksista huolehtiminen, riskienhallinta, työnjako ja ryhmänhengestä huolehtiminen. (Mäntyneva, 2016, s. 33)

Kehittyvän projektipäällikön tulee olla koko projektin ajan kehittämis- ja oppimisvaihteella. Ja näin ollen jokaisesta haasteesta oppiessaan projektipäällikkö kehittyy ajan mittaan menestyksekkääksi projekti johtajaksi. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu mm. ylläpitää hyvää ryhmähenkeä, ohjata tiimiä ja kommunikointi sidosryhmien kanssa saaden hyväksynnät heiltä. Hyvät johtamistaidot ovat oleellisia projektipäällikölle. Näistä on hyötyä etenkin silloin, kun vastaan tulee ongelmia. Projektipäällikkö ei siis saa paikoilla rooliaan, eikä vastuutaan. (Pulkkanen, n.d.)

Projektipäällikkönä tulee oppia vastaantulevista haasteista. Projektipäällikön ei myöskään kannata esittää tietävänsä kaikkea, koska se estää oppimista ja kehittymistä. Projektipäällikön tulee sisäistää, että epäonnistumisetkin kuuluvat projekteihin ja niistä tulee päästä yli mahdollisimman pian. Projektipäällikönkin kannattaa kysyä apua tarvittaessa. Projektipäällikkönä ei kannata korostaa itseään muihin verrattuna, koska tämä voi aiheuttaa tiimissä mielipahaa, joka taas vaikuttaa ilmapiiriin huonosti. Ilmapiirin ollessa huono projektissa saatetaan päätyä huonoihin päätöksiin. Projektipäällikön on tärkeää olla aina tiimin tavoitettavissa ja kuunnella tiimin ajatuksia, jotta projektipäällikkönä pysyy itsekin tietoisena projektin eri asioista. (Pulkkanen, n.d.)

Projektipäällikkönä tulee ottaa komento projektin hallinnoinnissa, että ihmisten johtamisessa. Ihmisten johtamisessa on tärkeää olla läsnä, jotta pysyy tietoisena projektin jäsenistä ja osaa tarvittaessa ohjata, motivoida ja johtaa heitä oikeaan suuntaan. Projektin johtamisessa voi vaikeina aikoina tulla haasteita, mutta näissäkkin tilanteissa tulee pysyä vahvana ja rauhallisena esimerkiksi näyttäen. Vaikeissa tilanteissa projektijohtajan on hyvä olla tiiminsä tukena. Projektitiimi on projektin tärkein resurssi, eli tiimistä tulee pitää hyvää huolta motivoimalla ja palkitsemalla. Projektipäällikkönä on hyvä osata lukea tilanteita, joten näitä taitoja kannattaa harjoitella. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu delegoiminen. Delegoimisessa on tärkeää tietää minkälaisia asioita ja kenelle voi delegoida. Projektipäällikön tulee pysyä koko projektin ajan määrätietoisena kaikkina projektin vaiheina. (Pulkkanen, n.d.)

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Samaan aikaan, kun monet viestintäkanavat menettävät asiakkaita ja ovat haasteissa, tapahtumamedia toimii hyvin. Koska asiakkaat haluavat edelleen henkilökohtaista palvelua ja kokea asioita fyysisesti. (Catani 2017, s.20)

Kun yritys pohtii syitä tapahtuman järjestämiselle, on hyvä pohtia, mitä tapahtumalla ja tapahtumassa halutaan viestiä. Kannattaa siis miettiä, että mitä asiaa yrityksellä on kohderyhmälle. (Vallo & Häyrinen, 2016, s. 140)

Tapahtumaa ei voida koskaan toistaa samanlaisena, tämän takia tapahtuma on aina ainutlaatuinen kokemus. Vieraat kohdataan henkilökohtaisesti, tavoitteena tarjota heille positiivinen kokemus tapahtumassa. Tapahtuman onnistuessa asiakkaille jää muistijälki ja siitä kerrotaan muillekin. Tapahtuma on osa yrityksen liiketoimintaa, jossa yritys edistää suorasti tai epäsuorasti tuotteidensa myyntiä. Yrityksen ei kannata naamioida tapahtumaa muuksi, koska asiakkaat arvostavat rehellisyyttä. Tavoitteena on, että yritys ja asiakas molemmat saavat haluamansa. (Catani, 2017, s. 20)

3.1 Tapahtuman suunnittelu

Avajaisohjelma on hyvä suunnitella niin, että sillä pystytään kertomaan houkuttelevasti siitä, millainen yritys on ja siitä minkälaisia tuotteita ja palveluja on tarjolla (Catani, 2017, s. 142).

Tapahtuman ajankohta ja kesto tulee huomioida, sillä ne vaikuttavat siihen, kuinka moni pystyy tai haluaa osallistua tapahtumaan. Ajankohtaa suunnitellessa on hyvä huomioida kellon aika ja viikonpäivä. Isoa tapahtumaa järjestettäessä kannattaa selvittää, ettei samaan aikaan järjestetä kilpailevia tapahtumia (Vallo & Häyrinen, 2018, s. 174-175).

Päivämäärän ollessa selvillä, tulee selvittää mitä kaikkea samana päivänä tai lähipäivinä tapahtuu samassa kaupungissa ja Suomessa (joskus jopa maailmanlaajuisesti). Samaan aikaan olevat tapahtumat voivat olla uhka tai mahdollisuus. Jos samoihin aikoihin järjestetään jotakin, johon vieraat haluavat myös osallistua, täytyy miettiä laittaako vieraat valitsemaan. Toisaalta myös toisesta tapahtumasta voi löytyä jotain sellaista, että kannattaa yhdistää oma tapahtumasi siihen. Tapahtuma päivämäärän oikeellisuus kannattaa tarkistaa moneen kertaan, ennen sen julkistamista. Jottei päivämäärä ja viikonpäivä sekoitu. Tämä tapahtuu helposti silloin, kun tapahtuma järjestetään vuosittain tiettyinä päivinä. Joissakin tapauksissa sekoittaa, myös kun kuukausi kirjoitetaan ennen päivämäärää tai päin vastoin. (Vallo & Häyrinen, 2016, s. 42-43)

Avajaisohjelmaan on hyvä panostaa, jotta tapahtuman aikana asiakkaiden kiinnostus asiaa tai paikkaa kohtaan vahvistuu. Avajaistarjoukset ja kokemukset ovat hyviä keinoja. Tärkeää on huolehtia, että yritys pystyy ylittämään antamansa lupaukset, mutta vähintään lunastamaan ne. (Catani, 2017, s. 142)

Tapahtuman tarjoilun onnistumiseen vaaditaan, että tarjottavat ovat herkullisia, tasapainoinen menu ja oikeaan aikaan. Catering yrityksen voi haastaa ideoimaan tarjoilun teeman mukaiseksi. Tulee myös ohjeistaa tapahtumatiimi muutamaa päivää ennen tapahtumaa ja tämä kannattaisi tehdä tapahtumapaikalla. Ohjeistuksessa kannattaa käydä läpi koko tapahtuman aikataulu ja ratkaista kaikki avoimet asiat. (Catani, 2017, s.94)

3.2 Tapahtuman tavoite

Catanin (2017, s.19) mukaan yritystapahtuman järjestämisen tulee aina olla tavoitteellista, koska se on kallis investointi yritykselle. Tapahtuman tavoitteena on syventää osallistujan välistä suhdetta, vahvistaa brändiä ja parantaa yrityksen liiketoimintaa. Kuitenkaan tarkoittamatta, että jokaisella tapahtumalla pitäisi olla suoria liiketoiminnallisia tavoitteita. Mutta, kuitenkin täytyy olla ymmärrys, siitä miksi ihmiset halutaan kutsua paikalle.

Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä muistaa, että tapahtumassa on kaksi osapuolta. Osapuolet ovat osallistuja ja järjestäjä. Ja molemmilla on omat tavoitteet tapahtuman onnistumisen suhteen. Aluksi on hyvä miettiä, minkälaisia tavoitteita on järjestäjällä ja minkälaisia osallistujalla. Osallistujan ja järjestäjän tavoitteet voivat olla yhteneväiset, mutta myös toisiaan täydentäviä. On kuitenkin hyvä huomioida, että onko osallistujan tavoitteet myös järjestäjän tavoitteita. (Hollmén, 2019)

Tapahtumaan osallistujan ja järjestäjän tavoitteiden ollessa samanlaisia voi olla kyseessä esimerkiksi, ajanvietto tapahtuma, jossa on tarkoituksena viettää mukavaa aikaa ja syventää asiakassuhdetta. Tämänkaltaisessa tilanteessa yksittäiset tavoitteet voivat olla erilaisia. Järjestäjän osalta esimerkiksi tehdä kauppaa ja asiakkaalla saada hyvä tarjous. Esimerkki tilanteesta molempien tavoite täyttyy. Useimmin kuitenkin tilanne on se, että tavoitteet eivät ole samanlaisia. Esimerkiksi järjestäjän tavoitteena voi olla järjestää tapahtuma, josta saa uusia asiakkaita, mutta osallistujat ovatkin tulleet vain verkostoitumaan. Tavoitteiden eroavaisuus ei kuitenkaan ole aina huono asia, koska tavoitteet voivat myös täydentää toisiaan. Esimerkiksi järjestäjä haluaa saada valitun tilan täyteen osallistujia ja osallistujan tavoite on esimerkiksi nähdä tilassa tapahtuva esitys tai elokuva. (Hollmén, 2019)

Tapahtuman suunnittelussa on tärkeää huomioida yksittäiset tekijät, jotka vaikuttavat tavoitteiden saavuttamiseen. Järjestäjän olisi hyvä tunnistaa yksittäisiä asioita, joiden avulla tavoitteet saavutetaan. Olisi siis hyvä kertoa jo kutsu vaiheessa osallistujalle tärkeimmät tekijät. (Hollmén, 2019)

3.3 Tapahtuman kohderyhmä

Ennen tapahtuman järjestämistä täytyy selkeästi tiedostaa tapahtuman kohderyhmä. Kohderyhmänä voi olla yrityksen nykyiset asiakkaat kuin myös potentiaaliset asiakkaat. (Vallo & Häyrinen, 2016, s. 147)

On tärkeää muistaa, että tapahtumaa ei järjestetä itselle vaan kohderyhmälle, joka on erikseen määriteltä. Tulee siis analysoida kohderyhmä tarkkaan ja huomioida, että kaikki ei sovi kaikille. Kohderyhmä, kohderyhmän koko ja tapahtuman tavoite voivat määrittää valmiiksi millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Tärkeää on kuitenkin huomioida, että jokainen tapahtuma suunnitellaan ja toteutetaan kohderyhmä huomioiden. (Vallo & Häyrinen, 2016, s. 148)

3.4 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutusvaihe on hetki, jolloin kaikista suunnitelmista tulee totta. Tässä tilanteessa koko tapahtuma organisaation jäsenten tulee tietää oma roolinsa ja vastuunsa tapahtuman aikana. Sekä vaaditaan sujuvaa yhteistyötä kaikkien tahojen välillä. Tapahtuman toteutukseen kuuluu kolme vaihetta, jotka ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkamisvaihe. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.198)

Rakennusvaiheen toteuttaminen on suunniteltu jo suunnitteluvaiheessa, ja tässä vaiheessa tapahtuman rakentaminen toteutetaan suunnitelmien pohjalta. Itse tapahtuma olisi hyvä aloittaa selkeällä avauksella ja myös lopettaa selkeästi. Koko tapahtuman läpivienti tulee toteuttaa suunnitelmien mukaisesti. Tässä vaiheessa tapahtuman järjestäjän on hyvä seurata ja ohjata tapahtuman etenemistä. Mikäli läpiviennissä tulee hankaluuksia tai esteitä. Järjestäjän tulee kuitenkin huolehtia tapahtuman luontevasta sujumisesta ja tehdä päätökset siitä, kuinka tilanteissa toimitaan. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.199-202)

Tapahtuman toteutuksen onnistumiseen vaikuttaa tapahtumaohjelma, esiintyjät, tapahtuman teema, tilat sekä tapahtuman rytmitys ja jaksotus. Tapahtumanluonteen mukaisesti tulee ottaa huomioon vieraille annettava aika, esityksien kesto ja aikataulu, jolla esitykset pidetään. Tapahtumaan halutaan usein elävyyttä, pirteyttä ja elämyksellisyyttä, näitä saa helposti tapahtumaan yllätyksellisyydellä. Tapahtumaan saadaan yllätyksellisyyttä,

kun ei kerrota ihan kaikkea, mutta pääasiat tietenkin. Yksinkertaisesti yllätyksellisyys voi olla arkista huomiointia, vaivanäköä ja viitsimistä osallistujia kohtaan. Näillä keinoilla osallistujan saa tuntemaan itsensä tärkeäksi ja tervetulleeksi tapahtumaan. Yllätyksellisyttä kannattaa siis ideoida matkan varrella, ja lopuksi valita parhaaksi valikoituneet ideat. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.203-206)

Lisäksi toteutusvaiheessa on hyvä huomioida äänimaailma ja tekniikka. Äänimaailma on tärkeä osa tapahtumaa ja jopa osa tapahtuman somistusta. Äänellä on suuri voima tapahtumassa. Tekniikasta tulee huomioida niin, että tarvittavat laitteet, sähkövirta ja muu tekniikka on kunnossa ja kestävä tapahtuman aiheuttavan paineen. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.207-208)

Tapahtuman alkaessa asiat kulkevat omalla painollaan, mikäli suunnittelu on tehty huolellisesti. Järjestäjän tehtävänä on seurata ohjelman kulkua, toimia yhteyshenkilönä ja varautua mahdollisiin yllätystilanteisiin. Järjestäjän ei kannata valita itselleen mitään erityisiä tehtäviä, vaan olla muiden apuna ja käytettävissä. Eikä hänen kannata sitoa itseään tiettyyn paikkaan tai aikaan, sillä hänen on hyvä voida liikkua paikasta toiseen vapaasti. Tapahtuman isännän kanssa on hyvä sopia, millä ja miten saada yhteys toisiinsa tarvittaessa. (Catani, 2017, s. 114)

Tapahtuman esiintyjille on hyvä ilmoittaa etukäteen yhteyshenkilö, johon voivat olla yhteydessä tarvittaessa. Yhteyshenkilöllä on myös hyvä olla esiintyjän yhteystiedot, jotta tavoittaa henkilöt tarvittaessa. Tapahtuman yhteyshenkilö on sovittuna aikana ottamassa vastaan ja ohjaa esiintyjät oikeisiin tiloihin. Tässä vaiheessa on hyvä myös kerrata lyhyesti tilanne, esityksen ajankohta, kesto ja tekniikka. Esityksen jälkeen yhteyshenkilö huolehtii esiintyjän saavan ruokaa ja juomaa. Varmistaa kuljetuksen, laskutuksen ja huolehtii, että kaikki tarvikkeet palautetaan sovitusti. (Catani, 2017, s.101)

Esiintyjistä, vapaaehtoisista ja henkilökunnasta tulee huolehtia. On hyvä huolehtia, että kaikki saavat riittävästi taukoja ja syötävää. Taukotiloihin tulisi varata ruokaa ja juomaa niin, että näitä on saatavissa jatkuvasti. Hyviä tarjottavia jatkuvaan tarjoiluun on kahvi, tee, virvoitusjuomat ja syötävää. Pitkäkestoisissa tapahtumissa ruokatauot kannattaa jakaa ja aikatauluttaa niin, että kaikki kerkeävät syömään. (Catani, 2017, s. 101)

Yhteenvedo asioista, jotka auttavat onnistumaan tapahtuman toteutuksessa. Näitä asioita ovat mm. varmistaa, että ennakkojärjestelyt on hoidettu ajoissa, eikä tapahtumassa tarvitse juosta, sillä tämä näyttää pahalta osallistujille. Ensivaikutelmaan on hyvä panostaa. Järjestäjä ohjaa, opastaa ja esittelee kaikkia tasapuolisesti. Järjestäjä huolehtii henkilökunnan tauoista ja ruokailusta. Tallentaa tapahtumaa ja hyödyntää tallenteet. Tapahtuman lopuksi on hyvä huolehtia osallistujien kotiinlähdon sujuvuus. Ja käynnistää jälkimarkkinointi. Tapahtuman purkaminen aloitetaan vasta

osallistujien poistuttua ja lopuksi vielä tarkistetaan tapahtumapaikka. (Catani, 2017, s.126)

3.5 Tapahtuman jälkitoimenpiteet

Useissa tapahtumissa tapahtumavieraille annetaan jokin lahja tai lahjoja. Lahja annetaan tapana osoittaa, että vieras on tärkeä yritykselle. Lahjaa mietittäessä on hyvä huomioida, että lahja sopii tapahtuman teemaan ja on hyödyllinen ja merkityksellinen. Lahjan tulisi olla sellainen, että vieras ymmärtää miksi juuri kyseinen lahja. Lahjan arvo on myös hyvä huomioida, varsinkin jos kyseessä on arvokkaampi lahja. Lahja ei saisi olla liian arvokas, ettei vieraalle tule tunne lahjonnasta. (Catani, 2017, s.122)

Tapahtuman purkaminen on paras aloittaa tapahtuman loputtua, kun kaikki vieraat ovat poistuneet. Joissakin tilanteissa kalusteita on siirrettävä jo ennen vieraiden poistumista, ja tällöin siirtely on tehtävä hienovaraisesti. Tapahtuman purkamisvaiheessa on hyvä tehdä lopuksi kierros ja varmistaa, ettei mitään tavaroita ole unohtunut järjestäjiltä tai tapahtumavierailla paikanpäälle. (Catani, 2017, s.123)

Tapahtumiin suunnitellaan monesti erilaisia jälkimarkkinoinnin vaiheita. Jälkimarkkinoinnin avulla voidaan onnistuneen tapahtuman tunnelmaa pitkittää ja syventää. (Catani, 2017, s.124)

Jälkimarkkinointi vaiheeseen kuuluvat kiitokset vieraille sekä tapahtuman järjestämiseen liittyville tahoille. Tapahtuman järjestämisessä tarvitaan usein paljon työvoimaa, joten heitä on hyvä muistaa kiittää. Jälkimarkkinointi vaiheessa tulee myös muistaa mahdollisten materiaalien toimitukset. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.220-221)

Palautteiden kerääminen tapahtuman jälkeen on hyvä keino olla yhteydessä tapahtuman vieraisiin. Tätä kuitenkin kannattaa käyttää harkiten. Mikäli yritys päättyy luomaan palautekyselyn, on tämä hyvä pitää tapahtumaan sopivana, sekä riittävän yksinkertaisena. Kysymykset tulee luoda sen mukaan mitä yritys haluaa tietää ja miksi. (Catani, 2017, s.125)

Tapahtuman järjestäjän on tärkeää saada palautetta, kuinka vieraat ovat kokeneet tapahtuman. Palautteen avulla yritys voi kehittää seuraavia tapahtumia. Saatua palautetta voidaan verrata tapahtuman tavoitteisiin. (Vallo & Häyrinen, 2016, s.224)

4 PRISMA IDEAPARKIN AVAJAISTAPAHTUMA

Tässä kappaleessa käsitellään työn toiminnallista osuutta, eli työssä toteutettua avajaistapahtumaa Prisma Ideaparkille 14-17.11.2019. Kappaleessa kuvataan mitä kaikkea tapahtuman järjestämiseen liittyi. Kerrotaan mitä opinnäytetyöntekijän tehtäviin kuului tapahtuma järjestämisessä ja mitä kaikkea tapahtuman järjestäminen kokonaisuudessaan sisälsi. Tässä kappaleessa kuvataan avajaistapahtuman suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja toimenpiteet tapahtuman jälkeen. Tapahtuman järjestäminen on iso kokonaisuus ja sen tekemiseen liittyi monia osapuolia, joten työn kokonaisuutta on rajattu.

4.1 Tapahtuman tavoite

Prisma Ideaparkin remontin jälkeisen avajaistapahtuman tavoitteena oli luoda onnistunut avajaistapahtuma myymälän asiakkaille. Tapahtumalla haluttiin kertoa asiakkaille remontin valmistumisesta, laajemmasta valikoimasta ja herkullisuudesta, sekä esitellä uuden konseptin mukaista Prismaa ja saada sitä kautta asiakkaat asioimaan juuri tässä kaupassa.

4.2 Tapahtuman suunnitteluvaihe

Jokainen tapahtuman yksityiskohta tulee suunnitella etukäteen. Tapahtuman järjestämisestä 75% on suunnittelua ja loput 25% on tapahtuman toteutusta. (Catani, 2017, s.94)

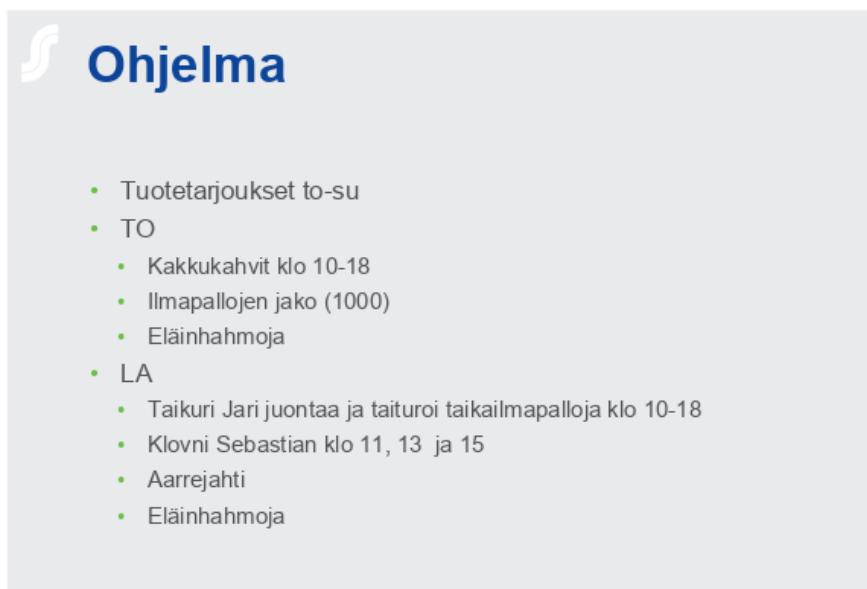
Avajaistapahtuman suunnitteluvaihe käynnistyi lokakuussa 2019. Tapahtuman suunnittelua toteuttivat Prisman esimiehet, markkinoinnin väki ja opinnäytetyöntekijä. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa huomioon otettiin muiden Pirkanmaan Prismojen vastaavanlaiset tapahtumat. Näiden pohjalta oli suunniteltu samantyyppistä tapahtumaa.

Tapahtuman aikataulun suhteen järjestämisspäivät olivat valittu remontin valmistumisaikataulun mukaisesti. Aikataulutus tapahtuma päivien sisällylle tarvitsi kuitenkin suunnittelua. Sekä alustavasti suunniteltu ohjelma tuli jakaa tasaisesti tapahtuma päivien ajaksi. Tapahtuma päiviä oli torstai, perjantai, lauantai ja sunnuntai. Tapahtuman pääpäiviksi suunniteltiin torstai ja lauantai.

Ohjelman suunnittelu alkoi tapahtumaan valitun kohderyhmän eli lapsiperheiden mukaisesti. Kohderyhmän valinnasta lisää seuraavassa kappaleessa. Ohjelma oli suunniteltu huomioiden lapsiperheet, jotta tapahtumaan saataisiin lapsiperheasiakkaita. Suunnitteluvaiheessa pohdittiin, minkälaista aktiviteettiä lapsille järjestetään. Suunnitteluvaiheessa

ideoitiin hahmopukuja myymälään kiertelemään. Opinnäytetyöntekijä otti yhteyttä mahdollisiin yhteistyökumppaneihin. Tapahtuman ajaksi saimme hahmopukuja Pandalta pandakarhun, Harbiolta Haribonallen ja Valiolta Pingviinin. Lisäksi mukana oli Osuuskaupan omat Somanalle ja Apsiapina.

Tarjoilua suunniteltaessa tapahtumaan pohdittiin perinteisen kakkukahvituksen tilalle myös jotain erilaista tarjoilua. Lopulliset suunnitelmat tehtiin kuitenkin kakkukahvituksesta, koska tämä on todettu toimivaksi tämän tyyllisissä tapahtumissa. Kakkukahvituksen ajankohta asetui suunnitteluvaiheessa ensimmäiselle tapahtumapäivälle eli torstaille. Lauantaille suunniteltiin enemmän ohjelmaa lapsille. Suunnitteluvaiheessa tapahtumaan suunniteltiin avajaistarjouksia koko tapahtuma ajalle. Tapahtumaohjelman suunnittelun deadline oli kolme viikkoa ennen tapahtumaa, jotta tiedot saatiin toimitettua SOK Medialle tapahtuman markkinointia varten. SOK Media hoiti tapahtuman markkinoinnin.



Kuva 1. Suunnitteluvaiheen ohjelma

4.3 Kohderyhmän valinta

Tapahtuman kohderyhmän valinta pohjautui remontissakin huomioituihin kohderyhmiin. Myymälän suurimman kohderyhmän valinnassa apuna oli myymälän saama asiakasdata, joka muodostuu luvan antaneista asiakasomistaja-asiakkaista. Tämän avulla on huomioitu, että myymälässä asioi paljon lapsiperheitä, joten tapahtuman suurimmaksi kohderyhmäksi muodostui lapsiperheet.

4.4 Tapahtuman henkilökunta

Tapahtuman aikana myymälän oma henkilökunta tarvittiin myymälän normaaleihin työtehtäviin. Tämän lisäksi tapahtumaan liittyviin työtehtäviin tarvittiin henkilökuntaa ja tähän hommaan sopi hyvin yhteistyö urheiluseuran kanssa. Opinnäytetyöntekijä järjesti tapahtumaan urheiluseurayhteistyönä urheilujoukkueen talkooavuksi. Yhteistyöhön valikoitui joukkue, joka on monia vuosia aiemmin ollut Ideaparkin Prismalla tekemässä talkootöitä. Suunnitteluvaiheessa urheiluseuran työtehtävät ja aikataulu suunniteltiin ja sen mukaan ilmoitettiin heille työajat ja väkimäärät. Urheiluseura yhteistyöhön saimme joukkueen Lempo Volleystä.

Tapahtuman aikana myymälän oma henkilökunta toimi omissa normaaleissa työtehtävissä, kuten kassalla rahastus, hyllyttäminen ja asiakaspalvelu. Ja tapahtumassa toimiva talkooapu oli tekemässä tapahtumaan liittyviä työtehtäviä. Talkooavun tärkeimpiä työtehtäviä oli hahmopukujen liikkuttaminen, ilmapallojen jakaminen, ilmapallojen kuljettaminen myymälän puolelle, irtokarkkien täyttäminen, aarrehäkin pitäminen/palkitseminen, ostoskoriin vienti paikoilleen, kahvitushenkilökunnan avustaminen tarvittaessa ja myymälän siistiminen pahveista. Tapahtumassa toimivan talkooavun ohjaaminen ja avustaminen oli yksi tärkeistä opinnäytetyöntekijän työtehtävistä tapahtumapäivinä.

4.5 Tapahtuman mainonta

Tapahtuman mainonnan suunnitteli ja toteutti SOK Media. Toimipaikka suunnitteli ohjelman ja tarjoukset ja SOK Media toteutti mainonnan näiden tietojen pohjalta. Mainontaa toteutettiin äänimainontana, lehtimainontana, myymälässä sekä kohdennetun asiakasviestinnän keinoin.

Tapahtuman mainonnan kanavina toimivat mm. Lempäälän-Vesilahden sanomat, Aamulehti, kauppakeskuksen omat kanavat, asiakasomistajille lähetetty sähköposti, S-mobiili ja myymälässä erilaisia mainoksia ennen tapahtumaa ja tapahtuma aikana. Alla kuva mainoksesta, joka ilmestyi Aamulehdessä 13.11.2019

Tapahtumapäiviin kuului erilaisia työtehtäviä. Ennen myymälän avaamista tuli tehdä viimeiset viilaukset, jotta myymälän avatessa ovensa tapahtumaan liittyvät asiat olivat kunnossa ja myymälä edustava. Opinnäytetyön tekijän tehtäviin aamuisin kuului talkooapu henkilökunnan, juontajan, esiintyjien ja kakkukahvittajien vastaanotto ja neuvominen. Heille esiteltiin paikat, jaettiin tarvittavat avaimet ja kerrattiin tapahtuman työtehtävät ja aikataulu. Koko tapahtuman henkilökunnalle huolehdittiin tarvittavat taukopaikat ja taukoevästä. Ensimmäisen avajaispäivän aamuna hieman ennen klo 9 sisääntuloon saapui tilattu ilmapallokaari ja jaettavia ilmapalloja. Tässä vaiheessa suoritettiin kaaren asennus paikalleen ja jakoilmapallojen kuljettaminen varastoon ja jako telineisiin myymälään. Tapahtumapäivien tehtäviin kuului mm. sosiaalisen median päivitystä. Ensimmäinen päivitys Pirkanmaan Osuuskaupan Instagram tilille tehtiin torstaiaamuna. Päivityksessä kerrottiin tapahtuman alkavan ja, että tapahtumaa voi seurata Instagramiin tulevista päivityksistä.

4.6.1 Tapahtuman sisältö

Tapahtuman ohjelma toteutettiin kohderyhmä eli lapsiperheet huomioon ottaen. Lapsille järjestettiin erilaista ohjelmaa tapahtuman pääpäivinä eli torstaina ja lauantaina. Torstain ja lauantain ohjelma toteutettiin aikavälillä 10-18. Lauantaina lapsiperheille oli enemmän ohjelmaa, kun torstaina ohjelman pääpaino oli kakkukahvituksessa.



Kuva 3. Tapahtuman toteutunut ohjelma

Lauantaina lapsiperheille järjestettiin aarrejahti, jossa lapset saivat etsiä myymälästä eläintarhan eläimiä (A4 kokoiset kuvat). Jokaisen eläimen vieressä oli kirjain, ja nämä löydettyä muodostui sana. Sana kirjattiin aarrekarttaan, joka palautettiin aarrejahti pisteelle. Tapahtumaan osallistuneet palkittiin tikkareilla, heijastimilla ja saippuakuplilla. Myymälässä seikkaili yhteistyökumppaneilta lainaan saamamme eläinhahmot Pingviini,

Haribonalle ja panda. Sekä Pirkanmaan Osuuskaupan omat hahmot Ap-siapina ja Somanalle.

4.6.2 Tarjoukset

Myymälän avajaistapahtumaan suunniteltiin ja valittiin tarjoustuotteita houkuttelemaan asiakkaita tapahtumaan. Tarjoustuotteiden edullisuudella ja niiden mainonnalla haluttiin saada asiakkaat myymälään ostoksille tapahtuma aikana.

Kaikissa Pirkanmaan Prismoissa oli samaan aikaan asiakasomistajapäivät, eli käyttötavara tuotteista asiakasomistajille jopa 15% alennus. Päivittäistavaraosastolla oli Ideaparkin Prisman omia tarjouksia tietyistä tuotteista. Tarjoustuotteiksi päivittäistavaraosastolle oli valittu irtokarkit hintaan 3,90€/kg, satsumat hintaan 0,98€/kg, grahamsämpyläpussi hintaan 0,98€, Oltermanni kermajuusto hintaan 3,90€, Rainbow lohifilee hintaan 6,90€/kg, Myllynparas torttutaikina levy hintaan 0,98€ ja tupla+ proteiini vanukkaat hintaan 0,98€.

Osalle tarjoustuotteista asetettiin rajoitus kohti taloutta. Jotta tuotteita riittäisi mahdollisimman monelle. Tarjoustuotteita riitti hyvin koko tapahtuman ajan. Eli tarjoustuotteiden määrä oli onnistunut. Alla kuva mainoksesta, joka ilmestyi 13.11.2019 Lempäälän-Vesilahden sanomissa.

AVAJAISTEN HUIPPUEDUT
Hinnat voimassa Prisma Ideaparkissa to-su 14.-17.11. Tuotteita rajoitettu, reilu erä.

<p>PRE RIGOR</p> <p>Rainbow Lohifilee 8 suikkoa, allergoona Naurja. 1 kg/talous</p> <p>6⁹⁰ kg</p>		<p>Satsuma Allergoona Espanja</p> <p>0⁹⁸ kg</p>	<p>Myllyn Paras Torttutaikinaliivä Paketti, 1 kg 1 kg/asiakas</p> <p>0⁹⁸</p>	<p>Isopoma Grahamsämpylä 5 kpl, 300 g (3,17/kg)</p> <p>0⁹⁵</p>	<p>Oltermanni Kermajuusto 0,9-1 kg (3,90-4,33/kg)</p> <p>3⁹⁰</p>
			<p>Isopoma Proteiini- vanukkaat 180 g (5,44/kg)</p> <p>0⁹⁸</p>		<p>Irtokarkit 1 kg/talous</p> <p>3⁹⁰ kg</p>

**ASIAKAS-
OMISTAJAPÄIVÄT**
KAIKISSA PRISMOISSA 13.-17.11.

S-ETUKORTILLA NORMAALIHINTAISISTA
KÄYTTÖTAVAROISTA JOPA
-15%



PRISMA
HYVÄ MUTTA HALPA.



PRISMA IDEAPARK Ideaparkinkatu 4

Kuva 4. Lempäälän-Vesilahden Sanomat, Etusivu, ilmestyi 13.11.2019

4.6.3 Sosiaalinen media tapahtumassa

Sosiaalinen media on noussut vahvasti markkinoinnin ja viestinnän kanavana. Kuluttajat ovat avoimempia, vaikutusvaltaisempia ja aktiivisempia sosiaalisen median noustua. Sosiaalinen media on suora kommunikaatiokanava kuluttajille ja kaikenkokoisille yrityksille. (Vallo & Häyrynen, 2016, s. 102)

Sosiaalisen median päivittäminen oli osa tapahtuman järjestämistä ja markkinointia. Opinnäytetyöntekijän tehtäviin kuului päivittää Pirkanmaan Osuuskaupan Instagram tilintarinaa tapahtuman aikana. Lisäksi kauppakeskus Ideapark päivitti omaan Facebook kanavaansa uudistuneesta ruokatorista ja yleisesti tapahtumasta.

Ennen tapahtumaa opinnäytetyöntekijä kävi läpi kaikki muut tarina päivytykset Pirkanmaan Osuuskaupan Instagramista, jotta pääsi suunnittelemaan, minkälaista sisältöä tästä tapahtumasta voisi päivittää. Selailun jälkeen opinnäytetyöntekijä loi tarkat muistiinpanot kohteista, joita kuvata Instagramin tarinaan. Instagram päivityksiin valittiin kuvattaviksi kohteiksi myymälän tärkeimpiä uusituksen kohteita. Näitä olivat appelsiinikone, ananaskone, uudistunut ruokatori, laajempi käyttötavaraosaston valikoima sekä tapahtuman tarjoustuotteet ja myymälän uudistunut ilme kokonaisuudessaan tuli ilmi kuvista ja videoista. Kuvaamiseen ja päivitysten muokkaamiseen tuli varata hyvin aikaa. Sosiaalisen median päivittämiseen valittu laite, internetyhteydet ja Instagramsovellus yhdessä ei toiminut täysin toivotulla tavalla, mutta tästäkin selvittiin ja päivitykset saatiin hoidettua.

4.7 Tapahtuman jälkitoimenpiteet

Tapahtuman ensimmäiset jälkitoimenpiteet alkoivat jo torstai päivän loppupuolella, kakkukahvituksen purkamisella ja ensimmäisen tapahtumapäivän päättämisellä. Kokonaisuudessaan tapahtuman purkaminen alkoi sunnuntaina ja jatkui seuraavaan viikkoon asti. Tapahtuman purkamisvaiheessa tuli pakata lainassa olleet hahmopuvut, pakata ja palauttaa lainassa olleet ilmapallotelineet, tarjoustuote massojen ja kalusteiden siivoaminen paikoilleen. Muita tapahtuman jälkitoimenpiteitä oli talkooväen avustaminen laskun tekemiseen, avainten kerääminen ja yleinen siistiminen.

Tapahtuman jälkitoimenpiteisiin sisältyi myös tapahtuman jälkeinen jälkimarkkinointi. Jälkimarkkinointia jatkettiin äänimainontana kauppakeskuksessa, sekä asiakkaille lähetettiin kiitoksena tapahtumaan osallistumisesta käyttötavaraosastolle alennuskupongi s-mobiiliin, josta kerrottiin asiakkaille sähköpostiviestillä.

5 TAPAHTUMAN TOTEUTUKSEN ARVIOINTI

Tässä kappaleessa käydään läpi avajaistapahtuman onnistumista, ja esitellään työssä luotu tapahtumajärjestäjän muistilista.

Tapahtuman sujuvuus vaikuttaa tapahtuman laatuun. Asioita, jotka vaikuttavat sujuvuuteen ovat aikataulutusta ja asioiden suunnittelu. Näissä onnistumista helpottaa hyvä kokemus ja matematiikka. (Vallo & Häyrynen, 2016, s. 197)

Tapahtumaa arvioitaessa voidaan tapahtumahetkellä esittää kysymys: Onko meillä hauskaa? Kysymykseen voivat vastata niin tapahtuman vieraat, isännät ja tuotantotiimi ilman suurempaa analyysiä. Tämä on tapahtuman onnistumisen tärkein mittari. Onnistuneessa tapahtumassa ohjelman sujuvuus, vuorovaikutus ja tunnelma ovat tasapainossa keskenään. Kun tapahtuma loppuu ja vieraat lähtevät, tapahtuman järjestäjä tietää jo, kuinka hyvin tai huonosti tapahtuma onnistui. (Catani, 2017, s. 130)

5.1 Avajaistapahtuman onnistuminen

Työn tavoitteena oli järjestää onnistunut tapahtuma uudistuneelle Prisma Ideaparkille. Avajaistapahtuman tavoitteina oli saada asiakkaiden tietoisuuteen uudistunut myymälä ja uudistuneen myymälän ominaisuudet. Tapahtuman onnistumiseen vaikutti tapahtuman aikataulutuksen onnistuminen, asiakastytyväisyys, asiakasmäärät ja myynti.

Prisma Ideaparkin avajaistapahtuma onnistui kokonaisuudessaan hyvin. Tapahtumaan suunniteltu ohjelma oli toimivaa ja ohjelmanumerot onnistuivat hyvin. Tapahtuman yleinen sujuvuus oli sulavaa. Isommilta ongelmilta vältyttiin ja asiakkaille pienetkään ongelmat eivät näkyneet. Tapahtumaan valitut tarjoustuotteet riittivät koko tapahtuman ajan asiakkaille. Tapahtumassa tarjoiluna oli kakkukahvit. Kakkukahvituksessa kakkua, kahvia ja mehua riitti koko tapahtuman ajan. Kakkukahvituksen järjestämisessä tuli pieni mutka matkaan, kun kahvinkeittilasta katkesi sähkö kesken kahvin keittämisen. Asia kuitenkin saatiin pian korjattua, mutta tämän takia kahvin määrän loppumiseen hetkellisesti varauduttiin ja tähän reagoitiin niin, että kuppeja ei kaadettu ihan täyteen.

Asiakkailta saatu palaute oli pelkästään positiivista. Tapahtumalla tavoitettiin kohderyhmää hienosti. Tapahtumassa järjestettyyn aarrejahtiin osallistui n. 250-300 lasta. Suunnitteluvaiheessa aarrejahtiin osallistujia arvioitiin tulevan noin 200, joten määrä oli oikein onnistunut. Toteutuneella aarrejahdin kävijämäärällä osallistuminen saatiin pidettyä helppona, eikä isompia jonoja kerennyt syntymään lähtö/päätepisteelle.

Isoa tapahtumaa järjestettäessä huomaa aina kehityskohteita ja asioita, joihin tulisi varautua paremmin etukäteen. Näitä tapahtumasta nousi muutamia. Ensimmäinen asia, jonka olisi voinut toteuttaa toisella tavalla oli ilmapallojen kuljetus. Ilmapallot siis saapuivat ensimmäisenä tapahtuma päivänä ennen kello yhdeksää sisäänkäynnille. Tässä vaiheessa asiakkaita oli kertynyt jo muutamia aulaan odottelemaan. Joten he pääsivät seuraamaan ilmapallokaaren asennusta ja osan jakoilmapallojen vastaanottoa. Tämähän ei välttämättä ollut huono asia, mutta suunnitteluvaiheessa ei opinnäytetyöntekijä ollut osannut ajatella tilannetta.

Toisena kehityskohteena oli talkooavun työaikojen suunnittelu. Eli tapahtuman talkooväelle suunniteltiin ja ilmoitettiin työajat, sen mukaan miten heitä tapahtumassa tarvitaan. Tässä olisi kuitenkin ollut hyvä huomioida aika, joka menee paikkojen esittelyyn ja opastamiseen.

Kolmantena kehityskohteena tapahtuman järjestämisessä nousi sosiaalisen median päivittämisen sujuvuus. Sosiaalisen median päivityksen opinnäytetyöntekijä toteutti omalla puhelimellaan. Laitteen toimivuus, soveluksen asennus ja laitteen päivitykset olivat tehty kunnolla, mutta laite ei silti toiminut täysin halutusti. Laite olisi ollut hyvä testata todenmukaisessa tilanteessa etukäteen. Päivitykset tehtiin siis Instagramin tarina osuuteen, ja jokainen päivitys ei sinne latautunut, jolloin kokonaisuudesta tuli hie-man epäselvä. Asia kuitenkin saatiin korjattua pian, joten isoa vahinkoa ei tapahtunut.

5.2 Tapahtumajärjestäjän muistilista

Avajaistapahtuman järjestämisen ja kokemuksien perusteella, sekä luetun teorian pohjalta opinnäytetyöntekijä loi tapahtumajärjestäjän muistilistan jatko käyttöön helpottamaan tapahtuman järjestämistä. Tapahtumajärjestäjän muistilista on työssä liitteenä. Liite 1.

Opinnäytetyöntekijä suoritti muistilistan testauksen helmikuussa 2020 järjestetyssä Prisma Ideaparkin 10v synttärیتapahtumassa. Tämä 10v synttärі tapahtuma oli aiempaan avajaistapahtumaan verrattuna pienimuotoisempi, joten opinnäytetyöntekijän osallistuminen tapahtuman järjestämiseen oli vähäisempi. Tapahtuman järjestäminen piakkoin uudelleen, auttoi muistilistan tekemisessä. Muistilistan testausvaiheessa tuli esiin lisää hyviä huomioita ja nämä lisättiin listaan. Näitä huomioita oli mm. tarjous-tuote kalusteiden käyttöönotto tapahtumaan ja niiden purkaminen sekä tapahtuman henkilökunnan vastaanottaminen ja ohjaaminen.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli järjestää onnistunut avajaistapahtuma myymälässä yhdessä tiimin kanssa. Työn kehittämiskysymyksenä oli kuinka järjestää tavoitteet saavuttava avajaistapahtuma. Kokonaisuudessaan työ kuvaa järjestetyn tapahtuman suunnitteluvaiheen, toteutusvaiheen ja jälkitöimenpiteet. Työn tuloksena syntyi tapahtuma, joka oli onnistunut. Tästä voidaan todeta, että työ onnistui hyvin. Työ antoi vahvan pohjan tapahtumien järjestämiseen tulevaisuudessa.

Opinnäytetyötä tehdessä nousi paljon esiin huomioita, joita ei ollut aiemmin osannut ajatella. Yksi tärkeä huomio, oli että tapahtuman järjestäminen myymälä olosuhteissa on helpompaa, kuin myymälän ulkopuolella. Tapahtumaa järjestettäessä myymälässä on monia tärkeitä asioita jo hoidossa. Näitä on esimerkiksi jätahuolto, äänentoisto, luvat, oikeudet jne.

Tapahtuman onnistumisen kannalta hyvin etukäteen suunniteltu aikataulu ja ohjelma olivat tärkeitä tekijöitä tapahtuman onnistumiseen liittyen. Tapahtumasta saatu palaute asiakkailta oli ainoastaan positiivista, ja koko tapahtuma onnistui kokonaisuudessaan hyvin.

Opinnäytetyössä luotu tapahtumajärjestäjän muistilista toimii muistilistana tapahtumaa järjestettäessä. Muistilista on tehty toteutettujen tapahtumien pohjalta. Mutta toimii pohjana myös muunlaisiin tapahtumiin muistilistana. Mielestäni jokaisen tapahtuman tulisi olla aina omanlaisena, joten tämän takia muistilistan tekeminen oli haastavaa.

Valitsin työelämälähtöisen opinnäytetyön, koska halusin opinnäytetyön tekemisessä päästä tekemään asioita konkreettisesti. Minulle luonnollisin tapa oppia on toiminnallinen tekeminen ja tässä työssä se onnistui hyvin. Opinnäytetyöntekijänä omana henkilökohtaisena tavoitteenani oli saada mahdollisimman paljon tietoa tapahtuman järjestämiseen liittyen ja tämä tavoite toteutui hyvin.

Työn viimeistelyvaiheessa opinnäytetyöntekijänä aloin miettimään, että mihin tämän kaiken ajan olen oikein käyttänyt. Nyt jos saisin tehdä työn uudelleen, olisi se varmasti erilainen. Mutta, kun mietin lähtötilannetta lokakuussa 2019, kun opinnäytetyön tekeminen oli täysin uutta. Ei ollut tiedossa lähes mitään, mitä tekemiseen vaaditaan tai mitä tekemiseen liittyy. Eikä minkäänlaista käsitystä mitä kaikkea tapahtuma järjestäminen pitää sisällään. Aikaa työn tekemiseen kului viisi kuukautta. Näiden kuukausien aikana olen oppinut todella paljon asioita, joista ei ollut minkäänlaista tietoa aiemmin. Olen lukenut monta kirjaa ja todella paljon lähteitä internetistä. Lähteiden lukeminen herätti mielenkiintoa aiheita kohtaan jatkuvasti lisää ja tämä tietomäärä aiheutti hankaluutta lähteiden käsittelemisessä. Olen opetellut kirjoittamaan työtä, karsimaan työtä ja opetellut työn kaasaamista oikeaan muotoonsa. Olen ollut mukana toteuttamassa

avajaistapahtumaa ja synttärیتapahtumaa. Olen oppinut todella paljon lukemastani teoriasta liittyen tapahtuman järjestämiseen, projektinhallintaa ja projektiorganisaatioon. Opinnäytetyötä tehdessä loka-marraskuun välisen ajan käytin avajaistapahtuman järjestämiseen ja aiheisiin perehtyen kirjoista ja internetistä. Joulukuu-huhtikuu sisälsi opinnäytetyön kasamista toteutetun tapahtuman pohjalta, ja luetun aineiston käsittelyä.

Saavutin omat henkilökohtaiset opinnäytetyölle asetetut tavoitteet yli odotusten. Tärkeimpänä tavoitteenani oli oppia mahdollisimman paljon tapahtuman järjestämisestä ja projektinhallinnasta. Lisäksi olen oppinut työtä tehdessä paljon käytännön asioita, joita tulen tarvitsemaan loppuelämän ajan. Näitä oppimiani asioita on järjestelmällisyys, tiimityötaidot, aikataulutus ja kokonaisuuden katsominen. Ja totesin erään sanonnan pitävän hyvin paikkaansa: hyvin suunniteltu on puoliksi tehty.

LÄHTEET

Catani, J. (2017). *Onnistunut yritystapahtuma. Järjestäjän käsikirja*. Helsinki: Alma Talent Pro.

Hollmén, P. (2019) Tiedätkö tapahtumasi tavoitteet ja osaatko välittää ne myös osallistujille? Blogijulkaisu 21.3.2019. Haettu 12.2.2020 osoitteesta <https://www.lyyti.com/fi/blogi/tiedatko-tapahtumasi-tavoitteet>

Mäntyneva, M. (2016) Hallittu projekti. Jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Helsinki: Kauppakamari.

Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus (2018). Haettu 26.11.2019 osoitteesta http://view.sok-julkaisut.fi/public_files/users/pirkanmaanok/publications/7516e0fc44fe4f77adff093b18b0f1e3/document.pdf

Prisma. (n.d.) Myymälän yhteystiedot. Haettu 26.11.2019 osoitteesta <https://www.prisma.fi/fi/myymalat/lempaala-ideapark>

Pulkkanen, A. (n.d.) Projektin hallinta avaintiedot. Haettu 28.12.2019 osoitteesta <https://www.agendum.com/projektinhallinta/avaintiedot>

Pulkkanen, A. (n.d.) Projektinhallinta johdanto. Haettu 28.12.2019 osoitteesta <https://www.agendum.com/projektinhallinta/johdanto>

Pulkkanen, A. (n.d.) Projektinhallinta. Johtaminen. Haettu 28.12.2019 osoitteesta <https://www.agendum.com/projektinhallinta/3-johtaminen>

Tolonen, E. (2019) Projektinhallinnan menetelmät-ota langat takaisin lapaseen. Blogijulkaisu 14.5.2019. Haettu 27.01.2020 osoitteesta <https://www.avitas.fi/projektinhallinnan-menetelmat-ota-langat-takaisin-lapaseen/>

Vallo, H. & Häyrinen, E. (2016). *Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. Helsinki: Tietosanoma.

Tapahtumajärjestäjän muistilista

TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA					
					
Suunnitteluvaihe	Valmisteluvaihe	Toteutusvaihe	Jälkitoimenpiteet	Jälkimarkkinointi	Muistithan jälkimarkkinoinnin?
Mitä, missä, kenelle ja miksi?	Onko kaikki sovittuna?	Onko kaikki valmista?	Onnistuiko tapahtuma?	Muistithan jälkimarkkinoinnin?	
<ul style="list-style-type: none">•Päivämäärän valinta•Ohjelman suunnittelu•Aikataulu suunnittelu•Esiintyjien valitseminen•Tarjoilun suunnittelu•Urheiluseura yhteistyö•Yhteistyökumppanit•Tarjoukset•Tapahtumatiimin muodostus•Mahdollisten lupien huomiointi	<ul style="list-style-type: none">•3viikkoa ennen tiedot markkinoitiin•Tarjoilusta sopiminen•Tapahtumatiimin tehtävienjako•Tilattujen materiaalien tarkastus•Palkintojen ja jakotuotteiden hankinta•Somepäivitysten suunnittelu•Yhteistyön sopiminen•Vuokrattavien tavaroiden hankinta	<ul style="list-style-type: none">•Kalusteet, somisteet, mainokset palkkoilleen•Tarjoustuotteet esillä•Tuotantotiimin ruoka, juoma ja taukotilat•Some•päivittäminen•Ulkopuolisten vastaanottaminen, opastaminen ja huolehtiminen•Ole tavoitettavissa tapahtumatiimille•Huolehdi aikataulusta•Yllättävien tilanteiden ratkaisu	<ul style="list-style-type: none">•Tapahtuman purkaminen ja siivoaminen•Ulkopuolisten järjestäjien kotinlähdöstä huolehtiminen, että kaikki on kunnossa heidänkin puolestaan•Ulkopuolisten järjestäjien mahdollisiin kysymyksiin vastaaminen (esim. laskutus asiat)•Vuokrattujen tavaroiden palautus•Kiitokset tapahtumatiimille	<ul style="list-style-type: none">•Tapahtumaan osallistujille kiitos osallistumisesta tapahtumaan (tarjous)•Tapahtuman järjestäjille kiitos järjestämisestä•Suunnittelun jälkimarkkinoinnin toteutumisesta huolehtiminen•Palautteisiin vastaaminen•Palautepalaveri	